The Importance of Intellectual Property in the Protection of Trademarks and Products of Entrepreneurial Ventures in San Pedro Sula, Honduras

Kathya Medina-Mejía; Luis Moreno-Rivera; Diana Alvarado-Reyes, Gissel Padilla-Sánchez
Centro Universitario Tecnológico, Universidad Tecnológica Centroamericana, San Pedro Sula, Honduras.
kathyamdn@unitec.edu, fernandomoreri@unitec.edu, elizabethalvarado@unitec.edu, gissel.padilla@unitec.edu.hn

Abstract – Intellectual property constitutes a strategic instrument for protecting the intangible assets of entrepreneurial ventures and strengthening their competitiveness in increasingly dynamic markets. This study analysed the association between intellectual property protection and the protection of trademarks and products among ventures in San Pedro Sula, considering entrepreneurs' knowledge, the protection mechanisms used, registration barriers, and perceived contributions to business development. A mixed-methods design with quantitative predominance was used. Surveys were administered to a non-probability convenience sample of 100 entrepreneurs from different economic sectors, and semi-structured interviews were conducted with five participants (one entrepreneur, three lawyers, and one administrator). Thirty percent of the surveyed entrepreneurs reported having a registered trademark, whereas 70% did not, mainly because of limited knowledge of the procedure and perceived high costs. The absence of registration was associated with perceived legal vulnerability, risk of third-party use of business names, and constraints on business expansion. Participants perceived trademark registration as supporting competitiveness, legal certainty, and consumer trust. The findings indicate the need for training programmes, simpler registration procedures, and public policies that improve access to intellectual property protection for micro and small enterprises, while strengthening the culture of protecting intangible assets as a component of business sustainability.

Keywords – Brands, Competitiveness, Entrepreneurship, Honduras, Intellectual Property.

La importancia de la propiedad intelectual en la protección de marcas y productos de los emprendimientos de San Pedro Sula, Honduras

Kathya Medina-Mejía; Luis Moreno-Rivera; Diana Alvarado-Reyes, Gissel Padilla-Sánchez
Centro Universitario Tecnológico, Universidad Tecnológica Centroamericana, San Pedro Sula, Honduras.
kathyamdn@unitec.edu, fernandomoreri@unitec.edu, elizabethalvarado@unitec.edu, gissel.padilla@unitec.edu.hn

Resumen– ***La propiedad intelectual constituye un instrumento estratégico para proteger los activos intangibles de los emprendimientos y fortalecer su competitividad en mercados cada vez más dinámicos. El objetivo de esta investigación fue analizar la asociación entre la protección de la propiedad intelectual y la protección de marcas y productos de los emprendimientos de San Pedro Sula, considerando el nivel de conocimiento de los emprendedores, las formas de protección utilizadas, las dificultades para el registro y la contribución percibida de estos mecanismos al desarrollo empresarial. Se desarrolló un estudio con enfoque mixto y predominio cuantitativo. Se aplicaron encuestas a una muestra no probabilística por conveniencia de 100 emprendedores de distintos sectores económicos y entrevistas semiestructuradas a cinco participantes: un emprendedor, tres abogados y un administrador. Los resultados evidenciaron que el 70% de los emprendedores no contaba con registro de marca y el 30% sí, principalmente por desconocimiento de los procedimientos y percepción de costos elevados. La ausencia de protección legal se asoció con riesgos jurídicos, copia de marcas y limitaciones para el crecimiento del negocio. La mayoría reconoció que la propiedad intelectual favorece la competitividad, la seguridad jurídica y la confianza de los consumidores. Se concluye que es necesario impulsar programas de capacitación, simplificar los procesos de registro y promover políticas públicas que faciliten a las micro y pequeñas empresas el acceso a mecanismos de protección de la propiedad intelectual, fortaleciendo la cultura de protección de activos intangibles como componente de la sostenibilidad empresarial.***

Palabras clave- Competitividad, Emprendimiento, Honduras, Marcas, Propiedad intelectual.

I. INTRODUCCIÓN

La Propiedad Intelectual constituye un instrumento jurídico y estratégico, el cual protege las creaciones que vienen de la innovación, creatividad y el conocimiento. En un entorno donde las marcas, los diseños industriales y otros activos representan una parte significativa del valor de los emprendimientos en el mercado competitivo [1], [2]. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual señala que una gestión realizada de manera correcta en los emprendimientos fortalece la economía, aumenta la inversión e impulsa el desarrollo de nuevos productos, principalmente en la MIPYMES [2], [10].

En Honduras, los emprendimientos son una fuente importante de empleo y del desarrollo económico de la ciudad y, aun así, muchos de estos operan sin proteger legalmente sus marcas y productos, según el desconocimiento de la normativa, asumen que el costo es elevado y les parece complejo el procedimiento de registro. Con base a los estudios del sector privado las MIPYMES son 500,000 entidades que generan el 50% del Producto Interno Bruto y un 70% es la fuerza laboral, comprobando su relación fundamental en el crecimiento económico [19]. Honduras cuenta con un marco jurídico que lo conforman varias instituciones, entre las principales encontramos la Constitución de la República, la Ley de Propiedad Intelectual y el Instituto de la Propiedad donde el uso de estos mecanismos sigue siendo una limitante entre el gremio de los emprendedores [7],[8].

La literatura destaca que la protección de marcas y productos, son una de las principales herramientas empresariales que fortalecen la identidad del negocio, aumenta la confianza de los clientes y facilita el paso a la expansión del emprendimiento [3], [4], [9]. En Honduras, la Ley de Propiedad Intelectual tiene como propósito promover la creatividad y la innovación a través de la protección de marcas, patentes y demás distintivos, garantizando seguridad jurídica y reduciendo la competencia desleal. Los emprendedores pueden fortalecer su posicionamiento en el mercado, contribuir con el crecimiento y la sostenibilidad de sus negocios mediante la adecuada gestión en los derechos de propiedad intelectual [2], [13], [21].

Son escasas las investigaciones relacionadas con la propiedad intelectual y los emprendimientos en Honduras, los estudios que se realizan sobre la importancia de proteger sus marcas y productos desde el conocimiento de los emprendedores en San Pedro Sula. Esta situación nos demuestra que existe una necesidad de brindar información sobre fortalecer el conocimiento de los mecanismos de protección intelectual y su enlace con la competitividad del mercado por medio de capacitaciones de estrategias y promociones especialmente a los emprendedores [5], [10].

En este contexto, el objetivo de la presente investigación fue analizar la relación entre la protección de la propiedad intelectual y la protección de marcas y productos de los emprendimientos de San Pedro Sula, identificando su asociación con la competitividad empresarial, las principales barreras para su implementación y las oportunidades para

promover una mayor cultura de protección de los activos intangibles.

II. METODOLOGÍA

La presente investigación toma como base un enfoque mixto con predominio cuantitativo por ser una combinación de análisis estadístico, [12], [6], del resultado de encuesta y la interpretación cualitativa a las entrevistas a los emprendedores y los profesionales de la propiedad intelectual en Honduras específicamente en la ciudad de San Pedro Sula ambos enfoques fueron claves para conocer el punto de vista. Sobre los instrumentos de protección para la propiedad intelectual en la región local, el estudio se delimita dentro de un alcance descriptivo-correlacional, el elemento descriptivo permite estudiar y exponer la falta de conocimiento de la muestra sobre los procesos y dificultades que presentan proteger sus marcas legalmente. Además, el alcance correlacional permitió identificar asociaciones de las características de los emprendedores con la decisión de registrar formalmente sus negocios.

La población está integrada por emprendedores locales de la región que tienen sus productos o servicios derivados de: salones de belleza, venta alimento o bebidas, prestación de servicios, estampados de camisetas o impresiones, diseños gráficos en páginas web entre otros, también se consideró los emprendedores estarán en un rango de micro y pequeñas empresas (MIPYMES) ya que presentan problemas para la constitución y formalidad legal de sus negocios esto ocurre por factores diversos como ser: obtener préstamos de sector financiero apoyo fiscal por parte de las entidades gubernamentales, falta de recurso humano, capacidad limitada para cumplir con el salario mínimo local [18]. Por ello definió que el enfoque se haya centrado en ese sector.

Para el componente cualitativo se realizaron cinco entrevistas semiestructuradas: una a un emprendedor, tres a abogados con experiencia en propiedad intelectual y una a un administrador de negocios. Esta composición se mantuvo como complemento interpretativo de los resultados cuantitativos y permitió contrastar las percepciones de los emprendedores con criterios jurídicos y administrativos sobre los procedimientos de registro, las barreras de acceso y las consecuencias de operar sin protección formal.

Se aplicó una encuesta estructurada de preguntas cerradas, mediante Google Forms durante julio de 2026, a una muestra no probabilística por conveniencia de 100 emprendedores. Este procedimiento fue pertinente por la ausencia de un marco muestral actualizado y accesible de emprendimientos locales, la dispersión e informalidad de parte de la población objetivo y las restricciones de tiempo y acceso propias del estudio. La selección permitió incorporar participantes disponibles que cumplían los criterios de inclusión y obtener evidencia exploratoria sobre conocimiento de la propiedad intelectual, registro de marca y riesgos percibidos. Debido a su carácter no probabilístico, los resultados se interpretan como asociaciones observadas en la muestra y no como estimaciones generalizables a todos los emprendedores.

La encuesta y la guía de entrevista fueron sometidas a revisión de contenido por personas con conocimientos metodológicos y de propiedad intelectual, quienes valoraron la claridad, pertinencia y correspondencia de los ítems con los objetivos del estudio. Después de incorporar sus observaciones, se realizó una aplicación piloto para identificar ambigüedades y ajustar la redacción y secuencia de las preguntas. Las entrevistas fueron registradas mediante notas y transcripciones, organizadas en una matriz temática y analizadas mediante codificación de contenido. Las categorías se construyeron a partir de los objetivos y de patrones emergentes; posteriormente, los hallazgos se compararon entre participantes y se triangularon con los resultados de la encuesta y la literatura revisada.

El procesamiento cuantitativo se realizó mediante estadística descriptiva de frecuencias y porcentajes. Asimismo, se aplicaron pruebas de Chi-cuadrado de Pearson en JASP (*Jeffrey's Amazing Statistics Program*) para identificar asociaciones entre el registro formal de marca y distintas características de los emprendedores. Como medida de tamaño del efecto se calculó la V de Cramér, interpretada de forma conjunta con el valor *p*: nivel de conocimiento, $V = 0.324$; tiempo de operación, $V = 0.347$; género, $V = 0.063$; nivel educativo, $V = 0.172$; y edad, $V = 0.106$. Estos valores permiten valorar la magnitud de las asociaciones sin atribuir causalidad. Finalmente, los resultados se contrastaron con la información cualitativa y la literatura especializada mediante triangulación de datos.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A. Conocimiento de propiedad intelectual en los emprendedores sampedranos

Las entrevistas realizadas evidenciaron que los especialistas en este caso la mayoría abogados y emprendedores tiene conocimiento de la propiedad intelectual y la perciben como una herramienta vital para la protección de activos intangibles y fortalecimiento de sus emprendimientos. Sin embargo, también señalaron que, aunque existe un conocimiento, este es limitado ya que muchos desconocen la documentación requerida, los procedimientos de registro y el alcance de los derechos otorgados por la legislación hondureña. Uno de los entrevistados expresó lo siguiente:

"Muchos emprendedores están más enfocados en vender y hacer crecer su negocio que en investigar cómo registrar una

marca. También creo que hace falta más información y orientación sobre ese tema." (Administrador de servicios, CAMOSA).

Del mismo modo una abogada indicó:

"Es necesario promover una mayor educación en materia de propiedad intelectual mediante programas de capacitación, campañas informativas y asesorías accesibles." (Abogada).

Al hacer una comparación con los resultados de la encuesta se puede concluir que estas percepciones se complementan ya que el 70% de emprendimientos manifestaron que no contaban con registros de propiedad intelectual, mientras que solamente un 30% indicaron haber protegido legalmente su marca. Los resultados evidencian que existe un nivel de conocimiento, pero este no se aplica ya que muchos no formalizan ni aplican la propiedad intelectual en el ecosistema emprendedor de San Pedro Sula.

En cuanto a los análisis correlaciónales realizados, se identificó que la tendencia con respecto a si los emprendedores tienen o no registrada formalmente su marca (Tabla I) si presenta una tendencia significativamente estadística con el nivel de conocimiento que los participantes poseen sobre propiedad intelectual (X^2= 10.47, p=0.005) y el tiempo de operación que tienen los negocios (X^2= 12.04, p=0.007). No obstante, las variables género, edad y nivel educativo no presentación relación significativa con el registro de la marca, lo que indica qué es indiferente la edad que tengan los emprendedores, su nivel educativo secular y el género en cuanto a la decisión de registrar formalmente su marca.

TABLA I
RELACIÓN ENTRE EL REGISTRO FORMAL DE MARCA Y DIVERSAS CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES

VARIABLES	REGISTRO FORMAL DE MARCA (n=100)		Chi-Cuadrado (X^2)	Valor-p
	SI	NO		
Nivel de conocimiento sobre Propiedad Intelectual				
Alto	60%	40%	10.47	**0.005****
Medio	19%	81%		
Bajo	15%	85%		
Tiempo de operación				
Menos de 1 año	21%	79%		
1 a 3 años	15%	85%	12.04	**0.007***
4 a 6 años	14%	86%		
7 años o más	71%	29%		
Género				
Femenino	18%	82%	0.401	0.526
Masculino	24%	76%		
Nivel educativo				
Educación media	18%	82%	2.954	0.086
Educación superior	35%	65%		
Edad				
18 a 25 años	18%	82%		
26 a 35 años	22%	78%	1.128	0.77
36 a 45 años	29%	71%		
46 años o más	14%	86%		

** La correlación es significativamente al nivel 0.005
* La correlación es significativamente al nivel 0.05

Por lo que se refiere al nivel de conocimiento sobre propiedad intelectual, se evidencia que los emprendedores con una percepción de nivel alto de conocimiento han decidido registrar formalmente sus negocios (60%), mientras que los emprendedores que manifiestan tener una nivel medio o bajo de conocimiento sobre propiedad intelectual, más del 80% de estos no han registrados sus negocios. Estos resultados coinciden con otros estudios dónde se demuestra que las personas con conocimiento y comprensión sobre la propiedad intelectual favorece a la utilización de estrategias de protecciones de los activos intangibles, además también depende del conocimiento empresarial sobre los beneficios económico y competitivos que ofrece el registro [22], [23].

Respecto al tiempo de operación de los emprendimientos, se identificó que los negocios con mayor tiempo de permanencia en el mercado (de 7 años en adelante) presentan un mayor porcentaje de registro formal de los mismos (71%), mientras que los emprendimientos con menos de 7 años el porcentaje de registrados es de apenas entre 14 y 21%. Esto consiste con la literatura donde se menciona que las empresas

con mayor consolidación utilizan las marcas como instrumentos para favorecer su reputación y posicionamiento, reconcomiendo su valor como activo económico y mecanismo diferenciador para competir en el mercado globalizado [24], [25].

B. Formas de protección utilizadas por los emprendimientos

Respecto las formas de protección utilizadas por los emprendimientos (Fig. 1), la investigación mostró que el mecanismo más conocido entre los emprendedores es el registro de marca (68.3 %), seguido del nombre comercial (49.5 %) y los derechos de autor (45.5 %). Por el contrario, únicamente el 13.9 % manifestó conocer el diseño industrial y un 22.8 % indicó no conocer ningún mecanismo de protección. Estos resultados reflejan que el conocimiento de la propiedad intelectual gira principalmente en el registro de marcas, mientras que otros instrumentos de protección continúan siendo poco conocidos y limitan las posibilidades de proteger adecuadamente los activos de los emprendimientos.

Esta investigación consiste en lo planteado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, indica que las pequeñas y medianas empresas tienden a reconocer con mayor facilidad el registro de marcas, mientras que otros mecanismos debido a la poca información recibida de sus beneficios presentan un nivel bajo de conocimiento [10].

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe, afirma que el poco conocimiento sobre los activos intangibles se encarga de limitar las oportunidades de innovación y competitividad en la economía en desarrollo [4].

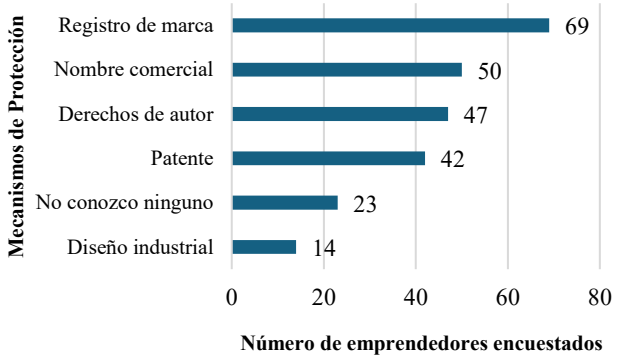


Fig. 1 Formas de protección de un emprendimiento.

Consecuencias de la falta de protección legal

Los resultados evidenciaron (Fig. 2) que el 53,5% (54 respuestas) de emprendedores señalan que la consecuencia principal es que otro negocio copien la idea o el nombre de la iniciativa comercial. En menor proporción, con un 14,9% (15 respuestas) identifica la pérdida económica como la consecuencia más grave, seguido por la pérdida de identidad del negocio con un 13,9% (14 respuestas) y el surgimiento de problemas legales con un 12,9% (13 respuestas). Se revela que la desventaja frente a la competencia se posiciona como el riesgo menor con un 4,8% (4 respuestas). Revelan con claridad que los emprendedores priorizan la protección de su marca ante la imitación directa sobre los impactos financieros o de competitividad operativa, visibilizando la necesidad percibida de asegurar exclusividad sobre su identidad en el entorno comercial.

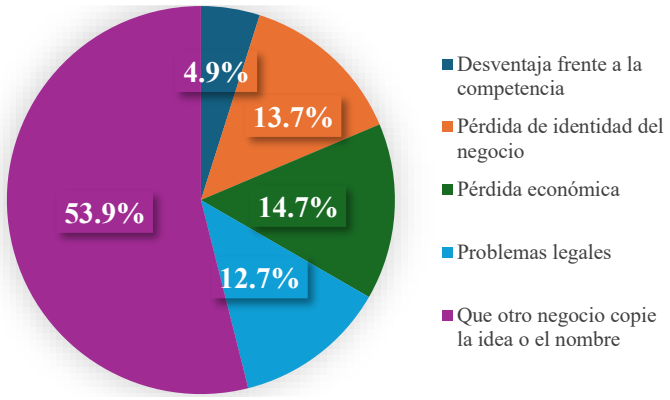


Fig. 2 Consecuencias por falta de protección al registrar una marca

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, señala que la poca protección de los activos aumenta el riesgo de uso indebido de marcas, estancando el crecimiento de los emprendedores y la competitividad de las empresas [10]. El Instituto de la Propiedad de Honduras destaca que el registro de la marca brinda seguridad jurídica y ayuda con la prevención de problemas legales provenientes del uso no autorizado [9], [8].

C. Dificultades para el registro de la propiedad intelectual

Por medio de las entrevistas pudimos identificar (Fig. 3) que el principal obstáculo para registrar una marca es el desconocimiento de los procedimientos administrativos y de inscripción. Los abogados entrevistados señalaron que muchos emprendedores tienen la idea errónea que este proceso es un gasto. Uno de los entrevistados señaló que:

"El registro no debe concebirse como un gasto administrativo accesorio, sino como una inversión patrimonial indispensable para salvaguardar el valor holístico de la empresa." (Abogado, experto en material de propiedad intelectual).

Es necesario que se proporcione la información necesaria para este proceso. Sin embargo, también es importante que los emprendedores por su parte indaguen en esta herramienta, ya

que muchas veces por la ignorancia o desconocimiento muchos recursos que pueden ser provechosos no son explotados de manera correcta, en este caso la propiedad intelectual. Un entrevistado recomendó a los emprendedores de San Pedro Sula que:

"Se informen desde que empiezan su negocio y que no esperen a tener problemas para registrar su marca. También sería bueno buscar asesoría y aprovechar las capacitaciones que ofrecen algunas instituciones. Proteger una marca puede evitar muchos inconvenientes en el futuro." (Administrador de servicios, CAMOSA).

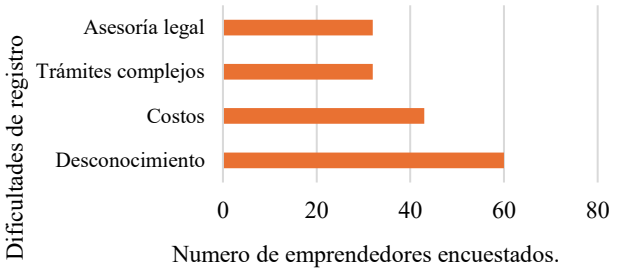


Fig. 3 Principales dificultades para registrar una marca.

El 60 % de los emprendedores manifestó no conocer adecuadamente el proceso de registro, mientras que el 43 % señaló que los costos asociados representan una barrera importante. Asimismo, un 32 % consideró que los procedimientos administrativos son excesivamente complejos y otro 32 % indicó que los honorarios por asesoría jurídica dificultan el acceso al sistema formal de protección.

Estos hallazgos (Tabla II) reflejan que las barreras existentes no responden únicamente a factores económicos, sino también a limitaciones institucionales relacionadas con el acceso a información clara, asesoría especializada y procesos administrativos simplificados. Desde una perspectiva de política pública, estos resultados sugieren la necesidad de fortalecer programas de capacitación dirigidos a emprendedores, digitalizar procedimientos y promover incentivos económicos que faciliten el registro oportuno de activos intangibles, especialmente en las etapas iniciales de los emprendimientos.

TABLA II
PRINCIPALES BARRERAS PARA REGISTRAR UNA MARCA.

Barrera	**Porcentaje (%)**
Desconocimiento del procedimiento	60
Costos del registro	43
Trámites administrativos complejos	32
Honorarios de asesoría legal	32

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada (2026).

D. Contribución de la propiedad intelectual al fortalecimiento empresarial

Los abogados entrevistados coincidieron en que la propiedad intelectual representa un factor importante para el crecimiento de los emprendimientos, ya que fortalece la identidad comercial, incrementa la confianza del consumidor y facilita su expansión en el mercado. Uno de los entrevistados afirmó que:

"El éxito de un proyecto está intrínsecamente ligado al nivel de posicionamiento, popularidad, identidad y prestigio de su marca. Un signo distintivo que goza de protección jurídica acumula ***goodwill*** *(llave comercial o reputación corporativa), transformándose en un garante de credibilidad y confianza para el consumidor, lo cual justifica con creces la necesidad imperiosa de su tutela estatal."* (Abogado, experto en material de propiedad intelectual).

Por otra parte, con los resultados de la encuesta (Tabla III) confirmamos que los emprendedores tienen una percepción similar ya que, el 75.2 % de los participantes considera que la propiedad intelectual fortalece la competitividad empresarial, el 68.3 % indicó que favorece la estabilidad del negocio, el 66 % destacó la seguridad jurídica como principal beneficio y el 44 % afirmó que mejora la confianza del consumidor. Además, el 93.1 % manifestó que registraría su marca si contara con asesoría especializada.

Los resultados obtenidos son consistentes con el informe mundial sobre la propiedad intelectual de 2024, donde destaca que los activos intangibles como ser las marcas, constituyen uno de los principales generadores de valor para empresas emergentes, lo que favorece su crecimiento, diferenciación y competitividad en el mercado [11]. De igual forma, el perfil de propiedad intelectual de Honduras elaborado por la OMPI destaca que el fortalecimiento de la cultura de protección de activos intangibles representa un elemento vital para impulsar la innovación y el desarrollo empresarial del país [15].

TABLA III
BENEFICIOS PERCIBIDOS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.

Beneficio	**Porcentaje (%)**
Mayor competitividad	75.2
Mayor estabilidad empresarial	68.3
Seguridad jurídica	66
Mayor confianza del consumidor	44
Registraría marca con asesoría accesible	93.1

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada (2026).

Los emprendedores reconocen la importancia estratégica de aplicar la propiedad intelectual en sus negocios. Aunque existan dificultades o barreras en este proceso, es importante

pensar en el beneficio mayor que brinda la protección de las marcas, procesos o innovaciones. Como uno de los abogados entrevistados afirmó que:

"El beneficio central que el Estado confiere al registrante es el monopolio legal de uso del signo, manifestado en el derecho de exclusividad. Esta atribución faculta al emprendedor para vetar de manera absoluta e inmediata cualquier intento de terceras personas de capitalizar o usufructuar su signo sin la debida autorización." (Abogado, experto en material de propiedad intelectual).

Asimismo, la guía sobre propiedad intelectual para emprendedores creativos hondureños, elaborada por el Banco Interamericano de desarrollo, destaca que el registro de marcas ayuda a incrementar el valor comercial de los emprendimientos, también puede ser un elemento importante para facilitar procesos de expansión y lo más vital reducir los riesgos del uso no autorizado de signos distintivos [20]. En este sentido, el estudio sobre el ecosistema del emprendimiento por oportunidad en Honduras señala que la formalización de activos intangibles fortalece la competitividad y mejora las posibilidades de consolidar sus negocios en el mercado nacional e internacional [13], [7].

Es importante tener en cuenta que la exclusividad y derecho sobre una marca es una herramienta muy valiosa que respaldará a muchos emprendedores en caso de que se empiece a impulsar una cultura de aplicación de propiedad intelectual en nuestra sociedad. Ya que no solo estarían protegiendo su marca, sino que contribuiría en el fortalecimiento empresarial de muchos negocios en San Pedro Sula.

Por otra parte, el diagnóstico del ecosistema emprendedor desarrollado por Romero Ponce et al. [14]. Destaca que la protección de activos intangibles constituye uno de los elementos que contribuyen al fortalecimiento de los emprendimientos innovadores. Adicional, el perfil estadístico de propiedad intelectual de Honduras elaborado por la OMPI evidencia un crecimiento progresivo en la utilización de mecanismos de protección, lo que demuestra una mayor conciencia sobre la importancia del registro de marca dentro del ecosistema empresarial hondureño [16].

Los hallazgos respaldan la postura de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, que reconoce la protección de marcas como un elemento fundamental para incrementar la competitividad, facilitar el acceso a nuevos mercados y fortalecer el valor económico de las empresas. Del mismo modo, la Teoría de los Recursos y Capacidades explica que los activos intangibles protegidos constituyen recursos estratégicos que permiten desarrollar ventajas competitivas difíciles de replicar por los competidores.

En conjunto, los resultados permiten concluir que los emprendedores si tienen conocimiento de los beneficios que podrían obtener al aplicar la propiedad intelectual en sus empresas e incluso muestran la disposición de registrar sus marcas. En consecuencia, es importante que se fortalezca la información disponible, la simplificación administrativa y el diseño de incentivos para las micro y pequeñas empresas con el fin de incrementar la formalización de los activos intangibles y potenciar la competitividad empresarial.

Cabe destacar que los resultados también son coherentes con la información publicada por el Instituto de la propiedad, cuyos informes muestran un crecimiento en la gestión de registros de signos distintivos, evidenciando el interés por proteger los activos empresariales [17]. Asimismo, Medina y Romero [18] señalan que las MIPYMES de nuestro país enfrentan importantes limitaciones relacionadas con la informalidad y acceso a información o mecanismos de protección jurídica, lo cual coincide con las barreras que pudimos identificar en la investigación. En consecuencia, es de importancia fortalecer la asesoría y simplificar procedimientos de registros, ya que contribuiría el desarrollo competitivo de los emprendimientos en San Pedro Sula.

IV. CONCLUSIONES

La presente investigación permitió analizar el impacto de la propiedad intelectual en la protección de marcas y productos de los emprendimientos de San Pedro Sula, evidenciando que la protección de los activos intangibles constituye un elemento estratégico para fortalecer la competitividad, la diferenciación comercial y la sostenibilidad empresarial. Los resultados muestran que, aunque los emprendedores reconocen la importancia de la propiedad intelectual, persiste una baja adopción de los mecanismos de registro debido al desconocimiento de los procedimientos, la percepción de elevados costos y la complejidad administrativa. Estos factores limitan la formalización de los activos intelectuales y aumentan la vulnerabilidad frente a la copia, la competencia desleal y la pérdida de identidad comercial.

Asimismo, se determinó que la mayoría de los emprendimientos opera sin registros formales de propiedad intelectual, situación que restringe sus posibilidades de crecimiento, expansión y consolidación en mercados más competitivos. La ausencia de protección legal dificulta la generación de valor de marca, reduce la confianza de inversionistas y consumidores, y limita el acceso a modelos de negocio como franquicias, licencias y alianzas estratégicas. Estos hallazgos confirman que la propiedad intelectual debe entenderse no solo como un mecanismo jurídico, sino también como una herramienta de gestión empresarial orientada a la creación de ventajas competitivas sostenibles.

Los resultados también evidenciaron una actitud favorable por parte de los emprendedores hacia la protección de sus marcas. La mayoría manifestó su disposición a registrar sus activos intelectuales si contara con más información, asesoría técnica y procesos más accesibles. Este comportamiento demuestra que el principal desafío no radica en la falta de interés, sino en las barreras institucionales y de conocimiento que dificultan el acceso al sistema de propiedad intelectual.

Con base en los hallazgos obtenidos, se recomienda fortalecer las estrategias de difusión y capacitación sobre propiedad intelectual dirigidas a las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante programas coordinados entre el Instituto de la Propiedad, las universidades, las cámaras empresariales y las instituciones de apoyo al emprendimiento. De igual forma, resulta conveniente impulsar procesos de simplificación administrativa y mecanismos de acompañamiento que faciliten el registro oportuno de marcas y otros activos intangibles, promoviendo una mayor cultura de innovación y protección jurídica en el ecosistema emprendedor de San Pedro Sula.

Finalmente, esta investigación aporta evidencia empírica sobre la relación entre la propiedad intelectual y la competitividad de los emprendimientos hondureños, contribuyendo al desarrollo de futuras investigaciones orientadas a evaluar el impacto económico de la protección de activos intangibles, el comportamiento de otros sectores productivos y la efectividad de las políticas públicas destinadas a fortalecer el sistema nacional de propiedad intelectual.

REFERENCIAS

[1] F. G. Arias, *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*, 6.ª ed. Caracas, Venezuela: Editorial Episteme, 2012.

[2] C. A. Bernal, *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*, 4.ª ed. Bogotá, Colombia: Pearson Educación, 2016.

[3] Cámara de Comercio e Industrias de Cortés, "Estudios sobre emprendimiento y desarrollo empresarial en San Pedro Sula," 2026. [En línea]. Disponible en: https://ccichonduras.org/.

[4] Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), *Panorama de las empresas y el desarrollo productivo en América Latina y el Caribe*. Santiago, Chile, 2023. [En línea]. Disponible en: https://www.cepal.org.

[5] Instituto de la Propiedad (IP), "Acerca de la Propiedad Intelectual," Tegucigalpa, Honduras, 2026. [En línea]. Disponible en: https://www.ip.gob.hn/direcciones/propiedad-intelectual/acerca-propiedad-intelectual.

[6] R. Hernández-Sampieri y C. Mendoza, *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: McGraw-Hill Education, 2018.

[7] Instituto de la Propiedad, "Registro de signos distintivos (marcas, nombres comerciales, emblemas y expresiones o señales de publicidad)," 2024. [En línea]. Disponible en: https://www.ip.gob.hn.

[8] Instituto de la Propiedad, "Guía para el registro de marcas y otros signos distintivos," Gobierno de la República de Honduras, 2026. [En línea]. Disponible en: https://tramites.diger.gob.hn/landingPage/DetalleTramite/368.

[9] M. Campos, *La propiedad intelectual como motor de la competitividad en México*. Fundación IDEA, 2009. [En línea]. Disponible en: https://www.fundacionidea.org.mx/storage/IDEA/files/Propiedad%20Intelectual%20Mexico_1536351752.pdf.

[10] Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), *La gestión eficaz de los activos de la propiedad intelectual para aumentar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas*. Ginebra, Suiza, 2019. [En línea]. Disponible en: https://www.wipo.int/portal/en/index.html.

[11] Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), *Informe mundial sobre la propiedad intelectual 2024: El valor de los activos intangibles en las empresas emergentes*. Ginebra, Suiza, 2024. [En línea]. Disponible en: https://www.wipo.int/es/web/world-ip-report/2024/index.

[12] E. Suárez, "Fuentes primarias y secundarias," *Experto Universitario*, 18 de marzo de 2026. [En línea]. Disponible en: https://expertouniversitario.es/blog/fuentes-primarias-y-secundarias/.

[13] E. Santamaría Hernández, *Guía sobre propiedad intelectual para los emprendedores creativos hondureños*. Washington, D. C., EE. UU.: Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2023. [En línea]. Disponible en: https://publications.iadb.org/es/guia-sobre-propiedad-intelectual-para-los-emprendedores-creativos-hondurenos.

[14] C. Buenadicha Sánchez, T. Virviescas Mendoza, P. Gordon, E. Cardeña Rodríguez y C. Lecaros, *Ecosistema del emprendimiento por oportunidad en Honduras*. Washington, D. C., EE. UU.: Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2024. [En línea]. Disponible en: https://publications.iadb.org/es/ecosistema-del-emprendimiento-por-oportunidad-en-honduras.

[15] Y. P. Romero Ponce, J. L. Rodríguez García y M. A. Morel Barahona, "Diagnóstico del ecosistema de emprendimiento: Ciudad Universitaria, Honduras," *Economía & Administración*, vol. 14, no. 1, pp. 49–67, 2023, doi: 10.5377/eya.v14i1.16733. [En línea]. Disponible en: artículo de la revista.

[16] Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), *Panorama de la propiedad intelectual: Honduras*, Ginebra, Suiza. [En línea]. Disponible en: perfil nacional de la OMPI.

[17] Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), *Perfil estadístico de propiedad intelectual: Honduras 2024*. Ginebra, Suiza, 2024. [En línea]. Disponible en: https://www.wipo.int/edocs/statistics-country-profile/es/hn.pdf.

[18] Dirección General de Propiedad Intelectual, Instituto de la Propiedad, *Informe de productividad mensual del Departamento de Signos Distintivos: enero 2024*. Tegucigalpa, Honduras, 2024. [En línea]. Disponible en: documento institucional.

[19] B. M. Medina Cáceres y E. F. Romero Castillo, "Micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) frente al sector informal de la economía en Honduras," tesis de maestría, Facultad de Postgrado, Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), Tegucigalpa, Honduras, 2014.

[20] Corporación Financiera Internacional, *Creando mercados en Honduras: Diagnóstico del sector privado del país: Fomentar el desarrollo del sector privado para una economía resiliente e inclusiva*. Grupo Banco Mundial, 2022. [En línea]. Disponible en: https://www.ifc.org/content/dam/ifc/doc/mgrt/cpsd-honduras-es.pdf.

[21] M. Aguilar y B. F. T. Ramírez, "Propiedad intelectual: Una revisión de su estado en Honduras, C. A.," en *Memorias del II Congreso de Economía, Administración y Tecnología (CEAT)*, Universidad Nacional Autónoma de Honduras, 2014. [En línea]. Disponible en: https://ceat.unah.edu.hn/assets/CEAT2014/142.pdf.

[22] J. H. Block, C. Fisch y P. G. Sandner, "Trademark families: Characteristics and market values," *J. Brand Manag.*, vol. 21, no. 2, pp. 150–170, feb. 2014, doi: 10.1057/bm.2013.27.
[23] M. Flikkema, A.-P. De Man y C. Castaldi, "Are trademark counts a valid indicator of innovation? Results of an in-depth study of new Benelux trademarks filed by SMEs," *Ind. Innov.*, vol. 21, no. 4, pp. 310–331, mayo 2014, doi: 10.1080/13662716.2014.934547.
[24] S. Mendonça, T. S. Pereira y M. M. Godinho, "Trademarks as an indicator of innovation and industrial change," *Research Policy*, vol. 33, no. 9, pp. 1385–1404, nov. 2004, doi: 10.1016/j.respol.2004.09.005.
[25] V. Millot, "Trademarks as an indicator of product and marketing innovations," *OECD Science, Technology and Industry Working Papers*, no. 2009/06, abr. 2009, doi: 10.1787/224428874418.